

УДК: 338.23:330.131.5

Марія Рудакевич, д. держ. упр., професор

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ПРОЕКТ

**Анотація.** Розкрита концепція соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах підприємницької діяльності.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність бізнесу, соціальна відповідальність держави, соціальний проект, соціальний аудит.

Mariya Rudakevych

### CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A SOCIAL PROJECT

**Abstract.** The concept of corporate social responsibility in modern conditions of entrepreneurship is disclosed.

**Keywords:** corporate social responsibility, social responsibility of the state, social project, social audit.

Чим є соціальна відповідальність (СВ) бізнесу в ринкових умовах господарювання з точки зору теорії і практики управління і чи коректно вести мову про соціальну відповідальність бізнесу в умовах тотальної економічної кризи?

У менеджменті найбільш поширені три концепції "соціальної відповідальності", які частково поділяють і вітчизняні науковці й бізнесмени: корпоративного егоїзму, корпоративного альтруїзму та розумного (освіченого) егоїзму. Як свідчить аналіз вітчизняного дискурсу, в ньому домінує редукція сутності даного явища до *потенційного зиску підприємства від імплементації СВ у бізнес-практику (чинити добро, щоб добре виглядати)*. СВ розглядається як соціальний проект, який містить зовнішню і внутрішню складові. Першу характеризують заходи, спрямовані на формування позитивного іміджу, друга – реалізує політику соціальних відносин із найманими працівниками. Мораль-етика як стрижень даного явища не розглядається.

Ідея впровадження в українському бізнесі СВ у формі соціального проекту може бути продуктивною, якщо він розглядається в якості інструмента соціальних змін, спрямованих на розвиток у середовищі бізнесу (ширше – в суспільстві) соціальної суб'єктності (здатності окремого працівника, соціальної групи, суспільства в цілому виступати активним началом – діячем, творцем. Реалізація такого проекту потребує визначення чітких суспільних рамок – цінностей, норм, правил і процедур, а також програми соціальної підтримки, яка стимулюватиме пробудження соціально відповідальної позиції влади, сфери бізнесу, профспілок, споживача, кожного громадянина.

Соціальна діагностика українського суспільства засвідчує поглиблення процесів втрати моральних орієнтирів та наростання беззаконня. У нашій державі відсутня ціннісно-нормативна база соціальної консолідації (солідарності), ми не знаємо, що таке "добро", а що "зло", законодавча база не дієва, а недовіра до влади тотальна. У такій ситуації звертання до проблеми СВ як до соціального проекту – рятівний круг, який може підняти не лише бізнес, а й державу і суспільство до переосмислення власного буття. Однак, його розробка і реалізація потребують глибокого теоретичного осмислення. В іншому випадку, він буде орієнтуватися на наш ментальний і культурний образ: благодійництва, доброчинності, спонсорства, філантропії тощо.

Щоб уникнути маніпулювання або ж однобокого трактування сутності й змісту СВ, варто використати набутки міжнародного досвіду (див. Глобальний договір ООН

«Цілі розвитку тисячоліття», 1999), який розглядає відповідальність бізнесу в таких основних сферах: права людини, трудові відносини, навколишнє середовище, боротьба з корупцією.

Яким бачиться це явище?

1. З точки зору етимології слова "відповідальність" термін "соціальна відповідальність бізнесу" означає "давати відповідь" на запитання соціуму в якому він функціонує (всіх, кого торкається його діяльність, і, хто має право на його відповідь). Такий підхід означає *діалогічність концепції* "соціальної відповідальності". Найбільш продуктивним він є в контексті професійної етики (ділової етики, етики бізнесу), яка інтегрує індивідуальну етику окремого працівника і етику професійної групи та етику корпоративного громадянина і етику держави, суспільства.

Соціально відповідальний бізнес взаємодіє із суспільством на засадах моралі й етики, їх відносини – це завжди двосторонній процес, який ефективний при наявності *моральних передумов – суспільної моралі*, яка є продуктом спільних зусиль окремого громадянина, влади, бізнесу, громадянського суспільства.

2. Функціонування СВ бізнесу підтримується соціальним аудитом – "інспектуванням соціальної поведінки підприємства" за показниками моральності вибору підприємства:

- співвідношення цілей і засобів їх досягнення;
- співвідношення особистих і суспільних інтересів;
- вибір між короткочасною вигодою і довготривалим результатом;
- співвідношення матеріальних і духовних цінностей при прийнятті рішень.

3. Свобода в бізнесі обмежена двома традиційними цінностями демократичного суспільства: справедливість та рівні можливості, утвердження яких покладено на державу. Недостатньо обмежена і законодавчо захищена свобода поведінки на вільному ринку, а також тіньові схеми вирішення економічних проблем провокують корупцію у владі та спокусу бізнесу використовувати будь-які засоби.

Модель СВ, яка формується в Україні зосереджена, в основному, на благодійності, що обумовлено 2-ма основними причинами: 1) систематичним звертанням влади до бізнесу за фінансовим сприянням у вирішенні соціальних проблем або підтримки позабюджетних соціальних фондів; 2) наявністю в складі підприємств об'єктів соціальної інфраструктури. Вона має ряд недоліків:

– не враховує ситуацію конкурентної боротьби в умовах становлення ринкової економіки;

– бізнес не може нести відповідальність за програми соціального забезпечення чи перерозподіл доходів. Це – сфера відповідальності держави (хоч, безперечно, у їх вирішенні на добровільних началах можуть брати й підприємці). Держава повинна забезпечити "рамковий порядок" ринкової економіки і конкуренції.

Запропонований нами підхід до СВ – це раціональна концепція моральної економічної практики, яка утверджує в суспільстві ідеї людської гідності, прав і свобод громадянина, справедливості. Вона не заперечує благодійництва. Однак, допомога (людині, державі, суспільству) повинна носити характер співробітництва, взаємодії.

СВ підприємства повинна вимірюватися трьома основними обов'язками, що визначають її стратегію та управлінські рішення.

1) Дотримуватися "морального мінімуму" у відносинах із персоналом, клієнтами, партнерами і суспільством та природним середовищем.

2) Не підривати свободи вільної конкуренції, не допускати хабарництва і не брати участі в монополістичній практиці тощо.

3) Чесно виконувати добровільно укладені контракти.

Соціально відповідальне підприємство, таким чином, – це соціально-економічний інститут для якого прагнення отримати прибуток ґрунтується на соціально-моральних цінностях і цілях.

**УДК 338.45**

**Ігор Стойко, к.т.н. доцент**

**Лілія Мельник, інженер**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

## **ЄВРОПА 2020: СТРАТЕГІЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО, СТІЙКОГО І ВСЕОСЯЖНОГО ЗРОСТАННЯ**

**Анотація.** Розглянуто основні пріоритети стратегії інтелектуального, стійкого і всеосяжного розвитку Євросоюзу «Європа 2020» у контексті напрямків економічного розвитку України і участі українських учених у спільних проектах програми.

**Ключові слова:** «Європа 2020», флагманські ініціативи, євроінтеграція, інновації.

**Igor Stoyko, Liliya Melnyk**

## **EUROPE 2020: A STRATEGY FOR SMART, SUSTAINABLE AND INCLUSIVE GROWTH**

**Abstract.** The main priorities of the strategy of intelligent, sustainable and comprehensive development of the European Union «Europe 2020» in the context of areas of economic development of Ukraine and the participation of Ukrainian scientists in joint projects program.

**Keywords:** «Europe 2020» flagship initiatives, European integration, innovation.

У березні 2010 року Європейською Радою була затверджена стратегія соціально-економічного розвитку Євросоюзу на період до 2020 року «Європа 2020: Стратегія інтелектуального, стійкого і всеосяжного зростання» («Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth»), в якій викладено уявлення про соціальну ринкову економіку Європи в 21 столітті, скориговану з урахуванням уроків кризи. «Лісабонську стратегію» 2000-го року має замінити нова програма розвитку «Європа 2020», що забезпечить високий рівень зростання та зайнятості в ЄС.

У стратегії «Європа 2020» на перший план висуваються три взаємодоповнюючих пріоритети:

- інтелектуальне зростання: розвиток економіки, що спирається на знання та інновації;
- сталий розвиток: сприяння більш ефективному використанню ресурсів, створенню більш екологічної, і, найголовніше, більш конкурентоспроможної економіки;
- інклюзивна розвиток: створення економіки з високим рівнем зайнятості працездатного населення, що забезпечує згладжування соціальних і територіальних відмінностей.

Європейська Комісія запропонувала «сім флагманських ініціатив» для стимулювання прогресу по кожному з пріоритетних напрямів:

- «Інноваційний Євросоюз» (Innovation Union), із завданням покращити загальні умови для досліджень та інновацій і полегшити їм доступ до фінансування, з